

泰国2004—2008年的稻米发展战略



鞠 姗

泰国位于北纬 $6^{\circ}\sim 20^{\circ}$ ，属热带地区，气候呈热带季风类型。全年可明显分为3季：3~5月为旱季，6~10月为雨季，11月至次年2月为凉季。全年月均温度 $22\sim 25^{\circ}\text{C}$ ，年均降雨量1 000mm，全年日温差较小，太阳辐射较充裕，适合于水稻生长。水稻是泰国最主要的农作物，既是泰国人的主食，又是出口创汇农产品。从19世纪以来，泰国稻米就作为商品大量进入国际市场，因此泰国素有“亚洲粮仓”的美誉。战后，泰国稻米生产一直呈稳步增长的趋势，稻米在泰国外贸出口中长期占有重要地位。目前，泰国是世界最大的稻米出口国。2003年，泰国约占全球稻米出口总额的26.5%。该年度泰国出口稻米中，高质量稻米占45.7%，中等质量的为12.2%，低质量的占22.1%，而速煮米为20.0%。

泰国政府在2004年初提出了使生产和销售更加多样化的新思路，同时出台了鼓励泰国企业主动进行双边和多边合作政策，进一步扩大了国内市场和增加农产品、农工产品到世界市场的出口量。政府的一项新计划是要使泰国到2008年成为世界主要食物产品出口国，稻米无疑是该计划中非常关键的一种

农产品。虽然2004年持续的干旱使泰国稻米减产约70多万t，但泰国政府仍有信心将泰国变为“世界粮仓”。泰国农业合作部通过下设的农业经济办公室已与泰国稻米厂商联盟、泰国米农联盟和全国农民代表联盟等私人部门合作，起草了一份2004—2008年泰国稻米发展战略。

一、泰国2004—2008年的稻米发展战略目标

在2004—2008年泰国稻米发展战略下，泰国将努力使其生产的稻米成为全球市场上最好的。其他的目标有：提高泰国农民的生活水平，提高管理系统的效率，提高生产效率、改进快速收割技术，进一步发展灌溉系统。此外，还有改进土壤质量和扩大稻米耕地面积，从而提高稻米价值、增加稻米产量；为扩大国内和出口市场而在生产、加工和包装方面的研发工作也将得到提升。2004—2008年期间的具体战略目标如下：

1. 种植方面 目标是几年中一直保持1 064万 hm^2 的总耕地面积，其中920万 hm^2 用于种植主季水稻，144万 hm^2 用于种植次季水

稻。

2. 产量

(1) 合计产量。要由2002—2003年度平均每公顷产量2 450kg增加至2007—2008年度平均每公顷产量3 106kg。

(2) 主季水稻收获产量。要由2002—2003年度平均每公顷产量2 156kg增加至2007—2008年度平均每公顷产量2 812.5kg。

(3) 次季水稻收获产量。要由2002—2003年度平均每公顷产量4 212.5kg增加至2007—2008年度平均每公顷产量5 000kg。

3. 总产量

(1) 稻米合计产量将从2002—2003年度2 588万t增至2007—2008年度3 308万t。

(2) 主季稻产量将从2002—2003年度1 963万t增至2007—2008年度2 588万t。

(3) 次季稻产量将从2002—2003年度625万t增至2007—2008年度720万t。

4. 出口收入 稻米生产和出口总收入目标是由2003年的821.64亿泰铢上升至2008年的1 132.53亿泰铢, 年均增长7%。

(1) 稻米。通过重视中国、中国香港、美国、新加坡和马来西亚等国家和地区高价稻米需求市场, 如“好茉莉”香米一类的高质量稻米出口价值将从2003年的总值513.97亿泰铢增加到2008年的694.26亿泰铢。同时, 随着生产效率的提高和稻米品种的改进, 减少低质量稻米出口。低质量稻米的出口总值将从2003年的128.07亿泰铢减至2008年的109.66亿泰铢。该项工作重点放在低价稻米的需求市场上, 即印度尼西亚、菲律宾和非洲国家。此外, 高质量速煮米的出口总值计划从2003年的122.46亿泰铢增至2008年的213.05亿泰铢。

(2) 稻米制品。使用更高质量原材料和推行促进出口战略, 从而使稻米制品的出口总值从2003年的57.14亿泰铢增至2008年的115.56亿泰铢。

二、泰国2004—2008年的稻米发展战略措施

为实现上述各项战略目标, 农业合作部已经出台了以下5项主要的战略措施:

1. 提高生产率

(1) 根据稻米品种划分稻米耕作区。为使耕作方法更为一致, 改进每个品种的质量和做到与国内外稻米市场需求相符, 根据稻米品种划分稻米耕作区。例如, “好茉莉”香米、黏米、普通香米品种按照是否感光划分到不同的耕作区。

(2) 为使土壤肥沃, 不管在灌溉耕作区还是非灌溉耕作区都要发展稻米生产的基础设施建设。稻米耕作区必须做到土壤、水分、空气和有机物的合理搭配才能增加每公顷产量, 必须配有农业机械的使用才能提高生产效率、降低生产成本。

(3) 为实现每公顷增产、降低单位产品成本和获得更优质的品种, 要进行研究、改进、开发好的稻米品种工作。

(4) 注重对米农进行知识传授, 教育他们正确使用生产要素, 鼓励他们少用化肥同时多用有机肥料。

2. 提高稻米附加值

(1) 支持对食用和非食用稻米制品和副产品的研究, 比如: 即食米制品、烧煮方便米、米制饮料、米制化妆品、米制肥皂、米制纸、由稻草做原料的包装材料和由稻子皮做原料的燃料、工业原材料。

(2) 提高当地品牌的知名度以保持好的稻米品种和增加稻米价值。针对该目标的措施有: 净化改进每一个品种, 制定每一品种的生产质量标准、划定每一品种的耕作区, 注册登记每一品种的生产商, 对产品进行检验并向生产商颁发质量保证书。

(3) 发展包装技术以使米制品更加多样化、更有吸引力、保质期更长。米制品应该

有不同的尺寸规格和形态,应该易于为生产当地的社区所接受。包装应使用当地原材料并设计成礼品和纪念品的形式。工业用包装设计应注重长期保持稻米及其制品的质量,并区分各种尺寸的规格和形态。

(4) 使稻米买卖标准化以便米农能以公平价格出售他们的产品。

(5) 建立一个耕种质量合格稻米的激励措施系统。鼓励米农参与该激励措施系统,此系统包含各种来自政府的援助。耕种质量合格稻米的农民应得到正式的官方保障。组织一个公共活动,目的在于使消费者和稻米进口国接受“质量”标准。

(6) 改善利基市场的稻米耕种,利基市场比如有机“好茉莉”香米、特级香米和日本香米市场,这些稻米都是高级高价的。

3. 使农业制品和食品进入国际市场

(1) 把农民合作组织和农民营销组织作为向国内外消费者推广一种产品的营销网络。

(2) 通过支持医院、火车、旅游巴士和飞机早餐的稻米及其制品供应,使稻米及其制品国际化;每年在泰国举办“世界稻米博览会”;为在国外的泰国餐馆制作米制食品菜单,从而宣传推进稻米及其制品的消费。

(3) 为更好地满足市场对各种稻米的需求,应研究消费者偏好。

(4) 与其他国家谈判,降低稻米及其制品的贸易壁垒,特别是和欧盟、美国及日本谈判。

4. 提高农民的生活水平

(1) 通过支持和促进组建共同体企业制造和推销稻米制品来训练米农管理企业的技能,教米农如何以团体形式生产有机肥料。

(2) 推进稻米生产的自给自足。

(3) 支持使用自制有机物代替化肥以便农民实现自立。像牛粪这类农民可以在自己

田地里找到的原料就能转为肥料。树根和树桩可以用来改进土壤质量而不是将它们烧掉。

(4) 加速推广农作物收成保险的运用,以降低米农遇自然灾害的风险和防止自然灾害导致的贫穷。

5. 其他措施

(1) 政府的优惠政策是出口信贷,优惠重点放在4个区域出口市场——中国、中东、非洲和美国。在中国,已经发起一个公关活动向中国民众介绍“好茉莉”香米及其口味。在中东,努力重点是向拥有高购买力的消费者出售高质量稻米。对于非洲市场,稻米出口大部分是速煮米和低质量级稻米。而在显然拥有高购买力的美国市场,泰国稻米的推广活动是通过进口商去刺激民众对“好茉莉”香米等高质量级稻米的兴趣。

(2) 还有像在世界各地开泰国餐馆等的其他销售渠道可以扩大泰国食品尤其是稻米的市场,政府正积极促进国外越来越多的泰国餐馆开业。

(3) 支持无公害稻米的耕种。由于发达国家环境意识增强和对环境保护消费品的日益偏爱,无公害产品在国外市场需求越来越多。

(4) 目前,泰国包括稻米在内的农产品正面临来自中国、越南和印度等国的愈加激烈的竞争。注重投资于诸如半加工食品、米制快餐、草药肥皂等农产品制造业是一个既能扩大泰国农业出口市场又能减低竞争压力的好方法。

总之,泰国政府提出这样一个系统而具体的稻米发展战略,表明泰国政府对本国优势产品稻米的重视。到2008年,泰国“世界粮仓”的目标能否实现,还要看这些具体措施能否得到落实,以及世界稻米市场的变化和人为因素的制约。

作者单位:厦门大学东南亚研究中心